



Bildformate in der Fotografie und ihre Anwendungen

QUADRATISCH. FAKTISCH. PASSEND.

Hoch- oder Querformat? Das ist tagtäglich für manche Bildredakteure die Frage aller Fragen. Worum geht es? Wieviel Platz ist für das Bild? Ist das Bild ein Hingucker oder eher schmückendes Beiwerk? Das Bildformat wirkt sich entscheidend auf die Bildgestaltung aus. Je nach dem kann ein Foto mit dem gleichen Motiv unterschiedliche Wirkung auf den Betrachter entwickeln.

von Ute Jansing





New York Panorama,
Foto: Pitopia/Foto-
HamBorg

Beim Querformatbild des Leuchtturms Westerhever wird gleichzeitig Weite und räumliche Tiefe vermittelt. Der Himmel nimmt viel Raum ein und lässt dem Motiv Raum zum Atmen und die Landschaft um den Leuchtturm herum unterstützt das Weitegefühl. Beim Hochformat wurde der Fokus nur auf die Gebäude gesetzt. Das Bild wirkt ein bisschen gequetscht und vom Drumherum nimmt der Betrachter nicht viel wahr.

Der Klassiker – das Hochformat
Bücher, Magazine, Zeitschriften, Plakate und vieles mehr werden größtenteils mit Hochformatbildern bestückt. Der grö-

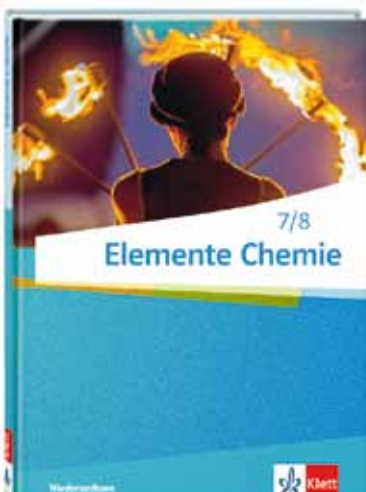


Foto: Klett Verlag

ßere Teil der Bilderwelt besteht aus Bildern im Hochformat (Google-Suche „Hochformat Bilder“ = 1.390.000 Ergebnisse; Google Suche „Querformat Bilder“ = 540.000 Ergebnisse). Steht das Bild dabei absolut im Vordergrund wird die ganze Fläche genutzt. Aber man sieht auch immer wieder Bücher oder Plakate, wo das eigentliche Hochformat

mit einem Querformatbild ausgestattet wird und der Rest der Fläche wird textuell verwendet. Schaut man durch die Topseller-Liste findet man lange nur Buchtitel mit einem Hochbildformat. Im Schulbuchbereich dagegen ist es sehr gebräuchlich den Titel mit einem Querbildformat auszustatten. Hier ist das Fotomotiv nicht im Fokus, um einen Käufer zu motivieren es in die Hand zu nehmen und zu kaufen.

Extremes Querformat – Panorama

Ein Panoramabild kann bis zu 360 Grad abdecken, es wird auch als Rundbild bezeichnet. „Panorama“, altgriechisch, etwa „Allschau“, im Plural „Panoramen“, zeigen Bilder, die sich durch die Abdeckung eines großen Betrachtungswinkels auszeichnen.

Sie werden oft für die Abbildung von Landschaften und Architektur herangezogen und eignen sich besonders gut für die Ansicht von Städten bzw. deren Skylines. Durch den großen Platzverbrauch und das extrem länglich ausgelegte Format gibt es nicht viele Verwendungsmöglichkeiten bzw. ist ein solches Format eher selten zu sehen.

Die „Bildformatgesetze“ des Social Media

In den sozialen Medien gehören Bilder zu den wichtigsten Kommunikationsmedien. Ein ansprechendes Bild soll neugierig machen oder zeigen, dass sich der Klick auf den dazugehörigen Inhalt lohnt. Jedoch jedes soziale Netzwerk hat seine eigenen „Bildgesetze“: Die Vorgaben für die Bildformate unterscheiden oder ändern sich, und es gibt Feinheiten, die beachtet werden wollen. Das Anpassen an die Feinheiten lohnt sich, denn wenn dem nicht so ist können Bilder unschön abgeschnitten wer-

den oder als unscharf wahrgenommen werden. Abgeschnittenes Bild oder unscharf? – der Betrachter könnte daraus schließen, dass der dazugehörige Text genauso unprofessionell ist, das kann alles unterbewusst innerhalb kürzester Zeit gedanklich beim Betrachter ablaufen. Also kann es so weit gehen, dass die wahrgenommene Qualität der schriftlichen Inhalte durch unprofessionell aufbereitetes Bildmaterial erheblich beeinträchtigt wird.

Eine grafische Übersicht der aktuellen Bildformate bietet <https://makeawebsitehub.com/social-media-image-sizes-cheat-sheet/>

Facebook-Titelbild
von GEO EPOCHE,
Januar 2018, unter
Verwendung eines
Fotos von Gilles
Caron/Getty Images



Wird quadratisch (mal) wieder en vogue?

Wer ein Profilbild für das soziale Netzwerk benötigt kommt um ein quadratisches Bild nicht herum. Längst wird das Profilbild aber nicht mehr mit einem „echten“ Portraitbild ausgestattet, sondern oftmals lichtet sich der User nicht selbst ab. Ein schönes Motivbild, witzig, auffallend oder besonders muss es sein. Bevor ein zu schlechtes Profilbild der Person verwendet wird oder erst ein Gang zum Portraitfotografen erfolgen muss tut es auch ein günstig eingekauftes Stockbild.

Beim Füttern des Social Media Auftritts mit Inhalten braucht es natürlich auch Bilder. Hier ist das quadratische Bild-

Ute Jansing, Gründerin Bildagentur Pitopia, bis 12/2017 Geschäftsführende Gesellschafterin, seit 2018 Strategische Beratung Bildprojekte und Art Buying





motiv fürs Smartphone das fast schon perfekte Format, denn die meisten halten ihr Smartphone hochkant in der Hand und über und unter dem quadratischen Bild ist noch genug Platz für ergänzende Texte. Bei Instagram wurden früher sogar nur quadratische Bilder akzeptiert. Auch Facebook hat das quadratische Image als gewünschtes Standardformat im Portfolio. Das Beispielbild „Katze/Maus“ ist im Quadratformat, würde aber sowohl im Hochformat als auch im Querformat wirken. Das Motiv ist sehr ausdrucksstark und der unscharfe Hintergrund vollkommen egal – ein Beispiel für ein Motiv, wo das Format frei gewählt werden könnte.

Je stärker also das Motiv ist,



desto freier kann das Bildformat

gewählt werden, jeder schaut sowieso nur zum Motiv.

Als der Musikliebhaber noch Platten und später CDs kaufen ging war das

quadratische Bildmotiv so normal wie heute ein Smartphone zu nutzen. Niemand ahnte, dass die mediale Welt von den runden Platten/CDs und den quadratischen Covern zum „Hauptsache eckig“ wechseln würde.

Eine runde Sache

Im Alltag gibt es vielerlei runde Sachen. In der Bilderwelt geht das allerdings nicht, denn es gibt kein Aufnahmeformat, das „rund aufnimmt“. Um eine Rundheit darzustellen bedarf es eines Grafikprogrammes, um entweder einen runden Gegenstand aus einem Bild herauszuschneiden oder ein sogenannter Freisteller kommt zum Einsatz. Dabei wird ein Gegenstand auf einem weißen Hintergrund abgeleitet und so sieht es aus als ob es sich um die Darstellung einer runden Sache handelt. Wenn das Bild des Gegen-



Fotos: Stockfood

standes anschließend auf weiß gedruckt wird ergibt sich quasi ein rundes Format eines Bildes.

„Formate“ mit außergewöhnlicher Form. Es gibt neben den rund ausgeschnittenen „Formaten“ auch noch jede Menge Formate mit außergewöhnlichen Formen. Dabei wird ein Foto in eine extra ausgeschnittene Form gefüllt. Solch eine ausgeschnittene und mit einem Foto gefüllte Form kann zum Beispiel einen Gegenstand oder eine Person zei-



gen. Die Aufmerksamkeit wird dadurch gesteigert und es ist die Möglichkeit eigentlich nicht zusammen Passendes oder Lustiges zusammen zu bringen. Eine aktuelle Kampagne von dm-drogerie markt zeigt bei Instagram eine solche Variante. Der Effekt wird durch das Verwenden von 2 unterschiedlichen Bildern, die immer wieder abwechselnd gezeigt werden, nochmals gesteigert. Obwohl es sich nur um 2 einfache Bilder handelt entsteht ein Eindruck von Lebendigkeit – Form, Aktion und Farbe zusammen ergeben eine Komposition, die Aufmerksamkeit schafft.



Das perfekte Format

Gibt es überhaupt ein perfektes Bildformat? Ganz einfach: Welches Format das passende ist hängt vom jeweiligen Anwendungszweck ab. „Was nicht passt, wird passend gemacht!“ lautet die Devise bei der Wahl des passenden Formates für ein Bild. Motiv wählen, Ausschnitt machen und das perfekte Format selbst kreativ individuell kreieren.

4th CEPIC Stock Photography Awards

Die CEPIC schreibt ihren Stock Photography Awards zum vierten Mal aus. Der mit 5.000 Euro dotierte Preis steht weltweit allen Fotografen offen. 2.000 Euro sind für den Hauptpreisträger, der dann auch den Titel "CEPIC Stock Photographer of the Year" führen darf.

Die Ausschreibungskategorien sind:

- Natural Environment
- Travel the World
- People
- Wildlife
- Concepts

Einsendeschluss ist der 26. Mai 2017, weitere Informationen gibt es unter www.photocrowd.com/cepic

Manfred Baumann – My World of Photography

Manfred Baumann ist nicht nur ein Star auf der österreichischen Fotografie Bühne, er bewegt sich auch erfolgreich auf dem internationalen Parkett. Das demonstriert seine Ausstellung in der Leica Galerie Salzburg. (15.03.2018 - 19.05.2018, Gaisbergstraße 12, 5020 Salzburg)



In „My world of photography“ zeigt er eine Selektion von Celebrities (u.a. Brad Pitt und Angelina Jolie, Natalie Portman, Bruce Willis), Fine Nude Art und Street Photography.

Ergänzt wird die Ausstellung durch Fotografien der neuen Serie „Mustangs“.

Wanderausstellung: CARE Klimaheldinnen

Über das Projekt Klimaheldinnen hatten wir im letzten Jahr ja schon berichtet. Nun geht die Ausstellung auf Wanderschaft, wird in Kooperation mit der Deutschen Bahn auf Bahnhöfen gezeigt. Die Liste findet man unter www.laif.de

Zur Erinnerung: Zehn laif core Fotografen haben für die internationale Hilfsorganisation CARE „Klimaheldinnen“ an unterschiedlichen Standorten weltweit portraitiert, die sich im Rahmen eines CARE-Projektes und/oder mit Unterstützung der Organisation für Maßnahmen einsetzen, den Folgen des Klimawandels zu begegnen.

Foto: Christian Berg/CARE/laif



Die Projekte sind vielfältig und behandeln grundsätzliche Themen wie Landwirtschaft und Ernährung, Katastrophenversorgung, Gesundheit, Wasser bzw. Wasserknappheit und Wirtschaft, z.B. Schulung für Unternehmertum, alternative Darlehensmodelle (Warrantage).

Zur Darstellung der globalen Bedeutung des Themas wurden Protagonistinnen und Projekte in Ländern auf der ganzen Welt gesucht und gefunden. Fotografiert und teilweise gefilmt wurde in Deutschland, Fidschi, Indien, Madagaskar, Niger, Philippinen, Peru, USA, Vietnam und West Bank.

Berlin: Drive Drove Driven – Autos in der zeitgenössischen Fotografie

Foto: Jürgen Baumann

Die Bilder zeigen „Autos in der zeitgenössischen Fotografie“. Auf über sechzig Ausstellungsbildern können Liebhaber geriffelter Reifen und brummender Motoren die unterschiedlichsten Automodelle in einem weiten Spektrum künstlerischer Interpretationen und Stilrichtungen bewundern. Konzeptuelle Interventionen stehen neben soziologischen Untersuchungen, Autos werden ästhetisiert, marginalisiert oder ausgewählte Details im Close-up in den Fokus genommen.

Die Schau „Drive Drove Driven“ läuft bis zum 8. April in der Kommunalen Galerie (Kommunale Galerie, Hohenzollerndamm 176, 10713 Berlin). BH

